

- Відкритість обстановки (відвідуваність готелю місцевою публікою) з метою організації ділових і особистих зустрічей, відвідування місцевої публікою ресторану і культурно-дозвіллевих центрів готелі.

- Клієнтоорієнтованість компанії готельного бізнесу і лояльність клієнтів.

Окремо хотілося б підкреслити той факт, що конкуренція в готельному бізнесі є ефективним механізмом зниження індивідуальних витрат виробництва готельних послуг, економії всіх видів ресурсів, поліпшення якості обслуговування в індустрії гостинності, впровадження інноваційних технологій протягом всього циклу виробництва готельних послуг, подальшої диференціації пропозиції в сфері гостинності.

Таким чином, можна зробити висновок про те, що конкуренція є механізмом, що стимулює організації готельного бізнесу на ефективну роботу, на пропозицію послуг, що користуються попитом у споживача, на створення готельних послуг, які задовольняють вимоги сучасного споживача.

ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ В ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Гончарова К.М.

Наукові керівники – Давидова О.Ю., канд. техн. наук, доцент

Золотухіна І.В., канд. техн. наук, доцент

Подальший соціально-економічний розвиток України можливий за умов розширення внутрішнього ринку і підвищення конкурентоспроможності національної економіки, її окремих виробництв та галузей. Одним з пріоритетних напрямів розвитку країни є туризм, який сьогодні посідає друге місце в світовій економіці.

Україна має всі об'єктивні передумови, щоб стати однією з розвинених туристських держав світу. Саме туризм здатний подолати розбіжності в розвитку окремих регіонів країни, які значно посилилися останнім часом. Але існує і багато перешкод для цього розвитку, однією з яких є стан готельного господарства, що не відповідає сучасним світовим стандартам.

У зв'язку з політичними й економічними перетвореннями, що відбуваються в Україні, значно розширилися ділові й культурні зв'язки нашої країни із світом. Це сприяє збільшенню контактів між підприємствами, підвищенню кількості іноземних й вітчизняних туристів, які прибувають в окремі регіони України. Виникла необхідність

розміщення гостей у комфортабельних готелях з відповідним рівнем сервісу.

Незважаючи на те, що сфера послуг набуває все більшого розвитку в нашій країні, розвиток і функціонування готельного господарства ускладнюється цілою низкою проблем. Однією з причин подібного протиріччя є відсутність надійної та достовірної інформації про стан ринку готельних послуг, відсутність належного сервісу. Наслідком цього є використання готелів не за призначенням, зниження конкуренції на ринку готельних послуг, що ще більше погіршує стан готельного господарства, затримує вихід України на світовий туристський ринок.

Розвиток готельного комплексу України характеризується адаптацією реформованих підприємств цієї сфери до ринкового середовища, комплексним вирішенням актуальних проблем підвищення ефективності та конкурентоспроможності ринку готельних послуг, що почав поступово наблизятись до світових стандартів. В умовах становлення ринкової економіки подальший розвиток готельного господарства вимагає підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств на внутрішньому й світовому туристському ринку.

Однак не можливо розробити пропозиції, єдині для всіх готельних підприємств, які забезпечили б гарантований успіх. Рекомендації з удосконалення та розвитку готельного господарства найбільш доцільні для кожного конкретного ринку (міжнародного, внутрішнього, регіонального, місцевого).

Необхідність постійного розвитку, підвищення конкурентоспроможності на вітчизняному ринку та визначення підприємства як можливого суб'єкта співпраці на світовому ринку спонукає готельні підприємства до підвищення якості існуючих та розширення асортименту додаткових послуг. Крім цього, перспективним є проектування підприємств готельного господарства у рекреаційних зонах України, створення спеціалізованих засобів розміщення (акварелі, флотелі, ботелі, кемпінги та ін.), які пропонуватимуть, крім основних, широкий асортимент додаткових послуг, специфічних для певного готельного підприємства. В сучасних умовах розвитку готельного господарства асортимент додаткових послуг є одним із визначальних факторів при виборі засобу розміщення, тому правильне його формування та організація надання забезпечать позитивні результати діяльності готельного підприємства.

Метою дослідження було розроблення теоретичних і методологічних засад, науково-методичних рекомендацій щодо формування асо-

ртименту додаткових послуг з організації дозвілля в закладах готельного господарства.

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання:

- аналіз теоретичних аспектів формування додаткових послуг у готельних підприємствах та визначення їх основних характеристик;
- визначення та обґрунтування впливу основних факторів на формування асортименту послуг з організації дозвілля у готелях;
- розробка і впровадження в діяльність готельних підприємств механізму формування асортименту конкурентопридатних додаткових послуг з організації дозвілля у готелях;
- розробка асортименту додаткових послуг з організації дозвілля для закладу готельного господарства та механізму дії даного асортименту;
- дослідження конкурентопридатності сформованого асортименту додаткових послуг з організації дозвілля.

ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ У СУЧАСНОМУ МІСТІ

Горенко Д.А.

Науковий керівник – Золотухіна І.В., канд. техн. наук, доцент

Якість обслуговування це важлива частина діяльності підприємства гостинності. Якість обслуговування – це перше, чому приділяє увагу клієнт. Під якістю розуміють властивості і характерні особливості послуги, що викликають почуття задоволеності у клієнта, або відсутність недоліків, що підсилює стан задоволеності у споживачів послуги. Ряд маркетологів вважають, що управління якістю це дія, спрямована на відповідність якості послуги встановленим стандартам. Крім того, слід враховувати, що на цей час склався тісний зв'язок поняття якості та цінностей, де під цінностями слід розуміти певну споживчу значимість послуг. В цілому передбачається високо оцінювати якісні послуги, проте слід врахувати, що не завжди високо оцінені послуги є в повній мірі якісними.

Підвищення рівня відкритості ринку послуг і загострення конкуренції серед підприємств індустрії гостинності призводять до необхідності постійного підвищення якості послуг і їх привабливості для клієнтів. Фактор мінливого споживання і споживача, зростання його досвідченості висувують питання підвищення якості на передній план.

Отже, якість – це перш за все почуття задоволеності клієнта від обслуговування, а якісна послуга – це послуга, що відповідає потребам гостя.